

PENGARUH *PRODUCT QUALITY* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* PADA MOTOR BEBEK HONDA SUPRA DI SURABAYA



**OLEH:
FIDELA MANDASARI
3103015153**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2019**

PENGARUH *PRODUCT QUALITY* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* PADA MOTOR BEBEK HONDA SUPRA DI SURABAYA

SKRIPSI

Diajukan Kepada

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Jurusan Manajemen

OLEH:

FIDELA MANDASARI

3103015153

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

SURABAYA

2019

HALAMAN PERSETUJUAN

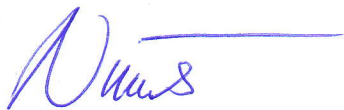
SKRIPSI

PENGARUH *PRODUCT QUALITY* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* PADA MOTOR BEBEK HONDA SUPRA DI SURABAYA

**OLEH:
FIDELA MANDASARI
3103015153**

Telah Disetujui dan Diterima dengan Baik
untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,

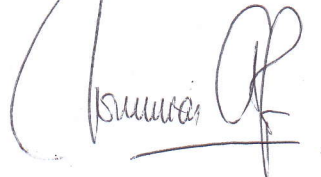


Dra. Ec. Ninuk Muljani, MM

NIK. 311.95.0230

Tanggal: 21 Juni 2019

Pembimbing II,



Monica Adjeng Erwita, S.Sos., MM

NIK. 311.13.0754

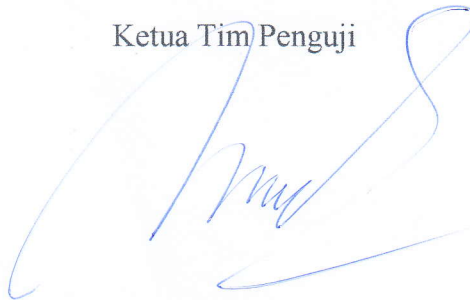
Tanggal: 21/6/2019

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: Fidela Mandasari NRP 3103015153

Telah diuji pada tanggal 5 Juni 2019 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji.

Ketua Tim Penguji



Dra. Ec. Sri Yunan Budiarsi, MS

NIK. 311.83.0099

Mengetahui:

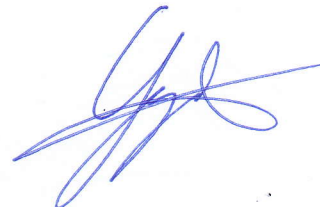
Dekan,



Dr. Eodovicus Lasdi, MM., Ak., CA., CPAI

NIK. 321.99.0370

Ketua Jurusan,



Robertus Sigit H.L., SE, M.Sc.

NIK. 311.11.0678

**PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Unika Widya Mandala Surabaya:

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fidela Mandasari

NRP : 3103015153

Judul Skripsi : Pengaruh *Product Quality* dan *Brand Image* Terhadap
Customer Loyalty Melalui *Customer Satisfaction*
Pada Motor Bebek Honda Supra Di Surabaya

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan *plagiarism*, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini dipublikasikan/ditampilkan di internet atau media lain (*digital library* Perpustakaan Unika Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-Undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 25 Juni 2019

Yang menyatakan



Fidela Mandasari

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, yang telah memberikan kesehatan jasmani rohani serta kasih dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir ini dengan baik dan tepat pada waktunya. Penulisan tugas akhir dengan judul “Pengaruh *Product Quality* dan *Brand Image* Terhadap *Customer Loyalty* Melalui *Customer Satisfaction* Pada Motor Bebek Honda Supra” ini ditujukan untuk memenuhi persyaratan penyelesaian Program Pendidikan S-1 Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Sepanjang pengerjaan hingga penyelesaian tugas akhir ini penulis telah banyak menerima bantuan dari berbagai pihak, baik yang secara langsung maupun secara tidak langsung. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, MM., Ak., CA selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Bapak Robertus Sigit H.L., SE., M.Sc selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Ibu Dra. Ec. Ninuk Muljani, MM. selaku Dosen Pembimbing I dan Ibu Monica Adjeng Erwita, S.Sos.,MM. selaku dosen pembimbing II yang telah membimbing, meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk penulis sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
4. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen yang telah memberikan seluruh ilmu dan pengetahuan semasa penulis kuliah sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Drs. Ec. C. Martono, M.Si selaku Dosen Wali yang telah mendampingi penulis selama masa perkuliahan hingga penyelesaian skripsi ini.
6. Orang tua dan seluruh keluarga besar yang telah mendoakan serta memberikan semangat sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.

7. Seluruh sahabat saya selama masa perkuliahan, Fransisca dan Dewandra Vidi Pradana yang selalu memberikan semangat dan motivasi agar saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Seluruh Saudara saya Ferry Ardyanto, Hendri Mahendrata, Alfian Tri Utomo dan Reva Filea Alfiana yang selalu menemani saya menyelesaikan karya ini.
9. Teman-teman satu bimbingan saya, Ricky, Alex Siswa, Grace, Fahmi dan Roy yang memberikan dukungan untuk menyelesaikan karya ini dengan baik.
10. Seluruh responden yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner dalam penelitian ini.
11. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu penulis dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih memiliki banyak kelemahan ataupun kekurangan, mengingat keterbatasan pengetahuan, waktu, tenaga, dan keterbatasan lainnya yang ada pada diri penulis. Oleh karena itu penulis mengharapkan adanya kritik dan saran yang membangun agar skripsi ini lebih baik lagi kedepannya. Akhir kata, dengan segala kerendahan hati penulis berharap semoga tugas akhir ini bermanfaat dan berguna bagi siapa saja yang memerlukannya.

Surabaya, 25 Juni 2019

Penulis,



(Fidela Mandasari)

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT	xiiv
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.5 Sistematika Penulisan Skripsi	6
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 <i>Product Quality</i>	8
2.1.2 <i>Brand Image</i>	10
2.1.3 <i>Customer Satisfaction</i>	11
2.1.4 <i>Customer Loyalty</i>	13
2.2 Penelitian Terdahulu	14
2.3 Pengembangan Hipotesis	15
2.3.1 Pengaruh <i>Product Quality</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	15

2.3.2	Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	16
2.3.3	Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i>	17
2.3.4	Pengaruh <i>Product Quality</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i>	17
2.3.5	Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i>	17
2.4	Rerangka Konseptual.....	17

BAB 3 METODE PENELITIAN

3.1	Desain Penelitian.....	20
3.2	Identifikasi, Definisi Operasional, dan Pengukuran Variabel.....	20
3.2.1	Identifikasi Variabel.....	20
3.2.2	Definisi Operasional Variabel.....	20
3.2.3	Pengukuran Variabel.....	22
3.3	Jenis dan Sumber Data.....	23
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	23
3.5	Populasi, Sampel, dan Teknik Penyampelan	24
3.6	Analisis Data	24
3.6.1	Uji Validitas.....	25
3.6.2	Uji Reliabilitas.....	25
3.6.3	Uji Normalitas Data.....	25
3.6.4	Uji Kecocokan Keseluruhan Model.....	26
3.6.5	Uji Kecocokan Model Struktural.....	27
3.6.6	Uji Hipotesis.....	27

BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1	Gambaran Umum Responden Penelitian.....	28
4.2	Deskripsi Data	30
4.3	Hasil Analisis Data	34
4.3.1	Hasil Uji Normalitas.....	34

4.3.2	Hasil Uji Validitas.....	35
4.3.3	Hasil Uji Reliabilitas.....	37
4.3.4	Hasil Uji Kecocokan Model Struktural.....	39
4.3.5	Hasil Uji Kecocokan Keseluruhan Model.....	40
4.3.6	Hasil Uji Hipotesis.....	41
4.4	Pembahasan.....	42
4.4.1	Pengaruh <i>Product Quality</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	42
4.4.2	Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap <i>Customer Satssfaction</i>	42
4.4.3	Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i>	42
4.4.4	Pengaruh <i>Product Quality</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i>	43
4.4.5	Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i>	43

BAB 5 SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

5.1	Simpulan.....	44
5.2	Keterbatasan.....	45
5.3	Saran.....	45
5.3.1	Saran Praktis.....	45
5.3.2	Saran Akademis.....	45

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1	Perkembangan Jumlah Kendaraan Bermotor 2011-2017.....1
Tabel 1.2	Data Top Brand Award Sepeda Motor Bebek 2017-2019.....2
Tabel 2.2	Perbandingan Penelitian Terdahulu dan Penelitian Sekarang.....15
Tabel 4.1	Frekuensi Responden Berdasarkan Usia.....28
Tabel 4.2	Frekuensi Responden Berdasarkan Domisili.....28
Tabel 4.3	Frekuensi Responden Berdasarkan Pernah Menggunakan Motor Bebek Honda Supra.....29
Tabel. 4.4	Frekuensi Responden Berdasarkan Pernah Membeli Motor Bebek Honda Supra Lebih Dari 1 (Satu) Kali.....29
Tabel. 4.4	Frekuensi Responden Berdasarkan Pernah Membeli Motor Bebek Honda Supra Lebih Dari 1 (Satu) Kali.....29
Tabel 4.5	Interval Rata-Rata Variabel Penelitian.....30
Tabel 4.6	Statistik Deskriptif Variabel <i>Product Quality</i>31
Tabel 4.7	Statistik Deskriptif Variabel <i>Brand Image</i>32
Tabel 4.8	Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Satisfaction</i>32
Tabel 4.9	Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Loyalty</i>33
Tabel 4.10	Tabel Univariate Normality.....34
Tabel 4.11	Tabel Multivariate Normality.....35
Tabel 4.12	Tabel Hasil Uji Validitas.....36
Tabel 4.13	Hasil Perhitungan Uji Construct Reliability PQ37
Tabel 4.14	Hasil Perhitungan Uji Construct Reliability BI38
Tabel 4.15	Hasil Perhitungan Uji Construct Reliability CS.....38
Tabel 4.16	Hasil Perhitungan Uji Construct Reliability CL39
Tabel 4.17	Ikhtisar Goodness of Fit.....40
Tabel 4.18	Pengujian Hipotesis41

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Rerangka Konseptual.....	19

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian
Lampiran 2	Jwabaan Identitas Responden
Lampiran 3a	Jawaban Responden Tentang Variabel <i>Product Quality</i>
Lampiran 3b	Jawaban Responden Tentang Variabel <i>Brand Image</i>
Lampiran 3c	Jawaban Responden Tentang Variabel <i>Customer Satisfaction</i> dan <i>Customer Loyalty</i>
Lampiran 4	Output SPSS Identitas Responden
Lampiran 5	Uji Normalitas
Lampiran 6	Output Structural Equation Model (SEM)
Lampiran 7a	<i>Path Diagram (T-Values)</i>
Lampiran 7b	<i>Path Diagram (Standardized Solution)</i>
Lampiran 7c	<i>Path Diagram (Estimates)</i>

ABSTRAK

Pada era persaingan yang begitu ketat pada saat ini, manusia dituntut untuk dapat menerapkan efektifitas dan efisiensi dalam segala aktivitasnya, begitu pula dalam hal berpergian dari satu tempat ke tempat yang lain. Saat ini, dari semua alat transportasi yang ada, sepeda motor menjadi favorit masyarakat karena dianggap paling efektif dan efisien dalam berpergian.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah *product quality* dan *brand image* dapat mempengaruhi *customer loyalty*, baik secara langsung maupun melalui *customer satisfaction*. Objek penelitian adalah pelanggan motor bebek Honda Supra di Surabaya. Sampel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 150 sampel dengan teknik purposive sampling. Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada pelanggan motor bebek Honda Supra di Surabaya. Teknik analisis data yang digunakan adalah menggunakan SEM dengan software LISREL.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *product quality* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction*, *brand image* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction*, *customer satisfaction* berpengaruh terhadap *customer loyalty*, *product quality* berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction*, *brand image* berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction* pada motor bebek Honda Supra di Surabaya. Berdasarkan penelitian yang dilakukan, peneliti memberi saran kepada pihak manajemen motor bebek Honda Supra agar lebih memperhatikan aspek kualitas produk dan citra merek agar pelanggan dapat merasa puas dan melakukan pembelian kembali di masa depan.

Kata Kunci: *Product Quality*, *Brand Image*, *Customer Satisfaction*, *Customer Loyalty*.

The Effect of Product Quality and Brand Image on Customer Loyalty Through Customer Satisfaction on Honda Supra Motors In Surabaya

ABSTRACT

In this era of intense competition, humans are required to be able to implement effectiveness and efficiency in all their activities, as well as in traveling from one place to another. At present, of all existing transportation equipment, motorbikes are the people's favorite because they are considered the most effective and efficient in traveling.

This study aims to examine whether product quality and brand image can affect customer loyalty, both directly and through customer satisfaction. The object of the research is the Honda Supra motorcycle customers in Surabaya. The research sample used in this study was 150 samples with purposive sampling technique. The data used are primary data obtained by distributing questionnaires to Honda Supra motorcycle customers in Surabaya. The data analysis technique used is using SEM with LISREL software.

The results of this study indicate that product quality has a significant effect on customer satisfaction, brand image has a significant effect on customer satisfaction, customer satisfaction has an effect on customer loyalty, product quality has a significant effect on customer loyalty through customer satisfaction, brand image has a significant effect on customer loyalty through customer satisfaction on Honda Supra motorcycle in Surabaya. Based on the research conducted, the researchers advised the management of the Honda Supra motor to pay more attention to aspects of product quality and brand image so that customers can feel satisfied and make a repeat purchase in the future.

Keywords: *Product Quality, Brand Image, Customer Satisfaction, Customer Loyalty.*